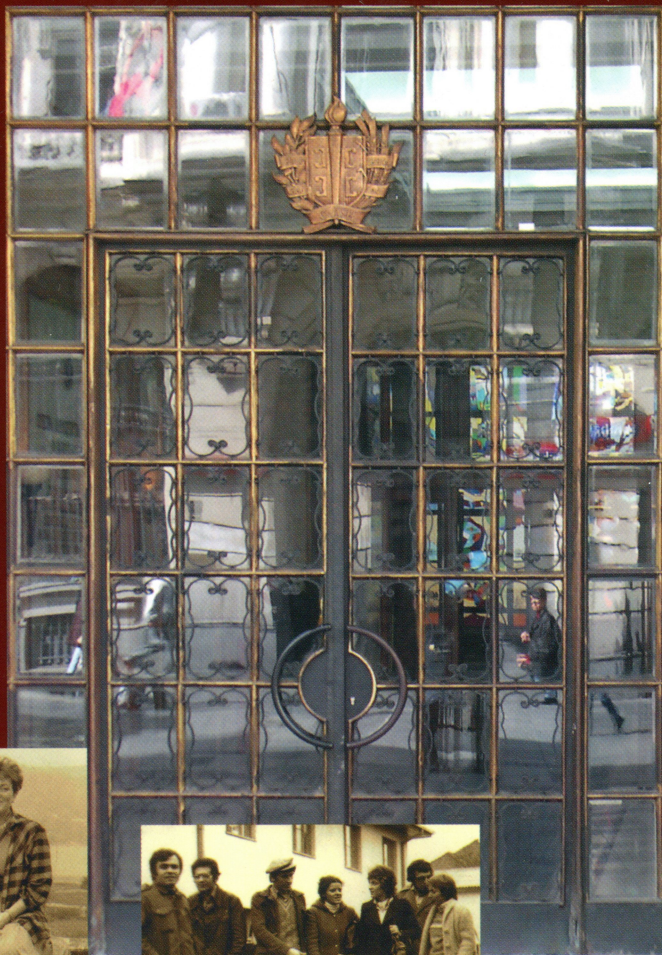


# Слике културе некад и сад

60 година

Етнографског  
института САНУ



Зборник 24

ISBN 978-86-7587-045-6

INSTITUTE OF ETHNOGRAPHY SASA

---

Collection of Papers, Volume 24

# **Images of Culture Then and Now**

*Editor:*  
Zorica Divac

*Editor in chief:*  
Dragana Radojčić

*Editorial board:*  
Gojko Subotić, Radost Ivanova, Milica Bakić-Hayden, Marina Martinova,  
Natalija Puškareva, Elena Uzeneva, Eleftherios Alexakis, Peter Slavkovsky,  
Sofija Miloradović, Bojan Žikić, Jelena Čvorović,  
Mladena Prelić, Ljiljana Gavrilović

*Secretary:*  
Marija Đokić

Accepted for publication by the reference of academician Dimitrije Stefanović and  
associate member of the SASA Vojislav Stanovčić, at meeting of the Department  
of Social Sciences SASA, on November, 2008.

BELGRADE 2008

ЕТНОГРАФСКИ ИНСТИТУТ САНУ

---

Зборник 24

# **Слике културе некад и сад**

*Уредник:*

Зорица Дивац

*Главни и одговорни уредник:*

Драгана Радојичић

*Уређивачки одбор:*

Гојко Суботић, Радост Иванова, Милица Бакић-Хејден, Марина Мартинова,  
Наталија Пушкарева, Елена Узенева, Елефтериос Алексакис, Петер Славковски,  
Софија Милорадовић, Бојан Жикић, Јелена Чворовић, Младена Прелић,  
Љиљана Гавриловић

*Секретар уредништва:*

Марија Ђокић

Примљено на седници Одељења друштвених наука САНУ  
одржаној новембра 2008. године на основу реферата академика Димитрија  
Стефановића и дописног члана САНУ Војислава Становчића

БЕОГРАД 2008

*Издавач:*  
ЕТНОГРАФСКИ ИНСТИТУТ САНУ  
Кнез Михаилова 36/IV, Београд, тел. 011-2636-804  
eisanu@sanu.ac.rs  
www.etno-institut.co.rs

*Рецензенти:*  
академик Димитрије Стефановић  
дописни члан САНУ Војислав Становчић  
др Биљана Сикимић

*Лектор:*  
Софија Милорадовић  
Лада Стевановић

*Превод:*  
Јелена Чворовић

*Коректор:*  
Марија Ђокић

*Штампа:*  
Академска издања  
Београд

*Тираж:*  
500 примерака

Штампање публикације финансирано је из средстава  
Министарства за науку и технолошки развој Републике Србије

Део радова у овом Гласнику резултат је рада на пројектима:  
*Србија између традиционализма и модернизације – етнолошка и антрополошка*  
*проучавања културних процеса* (бр. 147020), *Антрополошко испитивање комуникације у*  
*савременој Србији* (бр. 147021) и *Етницитет: Савремени процеси у Србији, суседним*  
*земљама и дијаспори* (бр. 147023), које је у целини финансирало МНТР РС.

## Садржај Summary

|   |     |
|---|-----|
| <i>Младена Прелић</i> , Првих шездесет година Етнографског института САНУ (1947-2007): Осврт на пређени пут   | 9   |
| <i>Mladena Prelić</i> , The First Sixty Years of the Institute of Ethnography SASA: A Review of the Road Traveled (1947-2007)   | 25  |
| <i>Радост Иванова</i> , Бугарско-српска научна сарадња у домену етнологије  | 27  |
| <i>Radost Ivanova</i> , The Bulgarian-Serbian Scientific Cooperation in the Domain of Ethnology   | 33  |
| <i>Марина Мартинова</i> , У сарадњи са Етнографским институтом САНУ. Балканолошка истраживања у Институту за етнологију и антропологију Руске академије наука                           | 35  |
| <i>Marina Martinova</i> , Cooperation with the Institute of Ethnography SASA. The Balkans Studies: a Project of the Institute of Ethnology and Anthropology Russian Academy of Sciences | 43  |
| <i>Јелена Тошић</i> , Култура и људска права: поставка и трансформација једне антрополошке теме   | 45  |
| <i>Jelena Tošić</i> , Culture and Human Rights: Framing and Transforming an Anthropological Issue   | 56  |
| <i>Gabriela Kiliánová</i> , Culture as Difference: Ethnological Studies on Identity   | 57  |
| <i>Габриела Килианова</i> , Култура као различитост: етнолошке студије идентитета   | 64  |
| <i>Ingrid Slavec Gradišnik</i> , Institucije in produkcija etnološkega znanja   | 65  |
| <i>Ingrid Slavec Gradišnik</i> , Institutions and the Production of Knowledge in Ethnology  | 78  |
| <i>Билјана Сикимић</i> , Етнолингвистички теренски рад: концептуализација ризика  | 81  |
| <i>Biljana Sikimić</i> , Ethnolinguistic Field Work: Conceptualizing Risk   | 93  |
| <i>Ивица Тодоровић</i> , Јединствени систем елемената културе   | 95  |
| <i>Ivica Todorović</i> , Unique System of Cultural Elements   | 109 |
| <i>Драгана Радојичић</i> , Руси у Боки Которској – миграције без граница  | 111 |
| <i>Dragana Radojičić</i> , The Russians in the Boka Kotorska Bay – Migrations without Borders   | 123 |



|  |     |
|--|-----|
| <i>Гордана Благојевић</i> , Етнички стереотипи у Србији: Срби виђени очима савремених Грка                                 | 125 |
| <i>Gordana Blagojević</i> , Ethnic Stereotypes: How the Contemporary Greeks See the Serbs                                  | 131 |
| <i>Мирјана Павловић</i> , Транзиција и обичајни живот Срба у Тимишвару   | 133 |
| <i>Mirjana Pavlović</i> , Transition and Customary Life of the Serbs in Timisoara  | 141 |
| <i>Душан Дрљача</i> , Етничка микро-заједница и народносно опредељење: Вислани у Остојићеву (Банат)                        | 143 |
| <i>Dušan Drljača</i> , An Ethnic Group and National Determination: Vislans in Ostojićevo (Banat)                           | 154 |
| <i>Александар Крел</i> , Улога удружења „Герхард“ у ревитализацији етничког идентитета сомборских Немаца                   | 155 |
| <i>Aleksandar Krel</i> , The Role of the “Gerhard” Association: a Revitalization of the Ethnic Identity of Sombor’ Germans | 168 |
| <i>Десанка Николић</i> , Стереотипије становника микрорегија северозападне Србије у постмиграционом периоду                | 169 |
| <i>Desanka Nikolić</i> , The Stereotypes of the Population in the Northwestern Part of Serbia in the Post-Migratory Period | 178 |
| <i>Сања Златановић</i> , Летница: слика превазилажења религијских граница и њени остаци                                    | 179 |
| <i>Sanja Zlatanović</i> , Letnica: Crossing Religious Boundaries   | 191 |
| <i>Лада Стевановић</i> , Антика око нас  | 193 |
| <i>Lada Stevanović</i> , Antiquity Around Us   | 204 |
| <i>Милош Матић</i> , Празно село: Нове економске могућности или таворење у граду   | 205 |
| <i>Miloš Matić</i> , An Abandoned Village: New Economic Possibilities or Languishing in Cites                              | 221 |
| <i>Софија Милорадовић</i> , Једно могуће читање Петријиног венца или књижевно дело као етнодијалекатски текст              | 223 |
| <i>Sofija Miloradović</i> , An Interpretation of the Novel Petrija’s Venac: Literary Work as an Ethno-Dialectic Text       | 236 |

|  |     |
|--|-----|
| <i>Марко Стојановић</i> , Гласник Етнографског музеја vs Гласник<br>Етнографског института | 237 |
| <i>Marko Stojanović</i> , GEM vs GEI SASA  | 255 |
| <i>Милина Ивановић-Баришић</i> , Време празника  | 257 |
| <i>Milina Ivanović-Barišić</i> , Holiday Time  | 268 |
| <i>Живка Ромелић</i> , Црква која је одлетела  | 269 |
| <i>Živka Romelić</i> , The Flown-Away Church   | 274 |
| <i>Ивана Јовановић</i> , Могућности примене релационог маркетинга у<br>музејима            | 275 |
| <i>Ivana Jovanović</i> , An Application of Relationship Marketing in<br>Museums            | 288 |

Лада Стевановић  
Етнографски институт САНУ

## Антика око нас\*

Овај рад се бави мотивима тј. античким наслеђем и његовим присуством у нашој свакодневици. И док су у доба класицизма антички митови и старина представљали неисцрпан извор мотива у високој уметности данас се присуство антике најчешће своди на позивање на античке „ауторитете“ у приликама када је потребно дати назив некој јавној установи или предузећу – издавачкој кући, спортском центру, туристичкој агенцији, лекарској ординацији, или пак неком јелу. У неким случајевима, избори ових назива могу се сматрати промишљеним и оправданим, а њихова симболичка вредност нуди могућност ишчитавања (*Клио*, муза историје, узета је за назив издавачке куће, али је и име једног Реноовог модела; *Цезар* као назив салате упућује на рафинирани укус који би задовољио и цара), док површна или никаква знања често доводе до комичних решења (спортски центар Олимп назван је, вероватно грешком, по планини Олимп, станишту грчких богова, а олимпијске игре одржавале су се у граду Олимпији, на Пелопонезу). У чему лежи ауторитет антике и због чега је управо ова култура носилац „гаранције квалитета“? Идеја мапирања присутности антике у свакодневици није само у томе да се анализира и илуструје присутност античке културе у култури којом смо окружени, већ и да се преиспита какве су популарне представе о антици данас и на чему се заснивају.

*Сећање, значење и моћ изнутра су повезани*  
Ана Марија Алонсо

У овом раду желим да покажем у којој је мери, на који начин и са каквим значењем антика присутна у нашој свакодневици. Ова порука, смештена у савремени контекст, тек делимично има везе

### *Кључне речи:*

антика, мит, ауторитет,  
свакодневица,  
конструкција прошлости

\* Овај текст је резултат пројекта бр. 147020 „Србија између традиционализма и модернизације – етнолошка и антрополошка проучавања културних процеса“, који у целости финансира МНТР РС.



са културом и значењима саме антике, јављајући се много више као последица различитих рецепција ове епохе, са уписаним значењем, а још више са значајем који је антика добијала кроз историју. Наиме, интерпретација прошлости увек је у складу са одређеним виђењем дате прошлости, а оно се кроз епохе мењало. Нема сумње да је постојала не само средњовековна, него и ренесансна антика, антика француске револуције, антика академских кругова XIX века, на крају крајева – и антика фашизма или совјетског социјализма. Осим што су ове конструкције антике често различите и непомирљиве, оне ипак учествују у изградњи нашег искуства тога доба, носећи са собом извесна значења.<sup>1</sup> Најзначајнији траг је, како се чини, оставила академска антика деветнаестог века, обликована политиком Европе која је колонизовала античку прошлост. Тада је античка култура проглашена духовном колевком европске цивилизације, постајући фетишизована и идеализована. Међутим, привилегован положај који је антика, без премца, уживала код Европљана у сфери учености и знања потиче из доба ренесансе, када је дошло до поновног откривања ове културе, али и до њеног прекомерног величања, на шта се још тада осврнуо Пико (Рисо), који је „једини гласно и изразито бранио науку и истину свих времена против једностраног издизања класичног свијета.“<sup>2</sup>

У колонизацији атичке прошлости, Грчка и Рим нису доживели једнаку судбину. Наиме, периферијски положај Грчке и нестабилне историјске прилике тога доба довеле су до стварања два дијаметрално супротна односа према Грчкој и Грцима у XIX веку. Поред романтичарске хеленофилије, која је довела до тога да се многи Европљани активно укључе у рат против Турака (међу њима и лорд Бајрон, који је погинуо код Мисолонгија 1826. године), однос Запада према тадашњој Грчкој био је обележен стереотипима који се и иначе везују за Балкан: о женама изузетне лепоте и мушкарцима грубим, насилним, склоним претеривањима и корупцији.<sup>3</sup> Тако је Европа, осмишљавајући сопствену историју и стварајући себи култрни *бекграунд*, обликовала супротстављене идентитете и конструисала Запад у односу према не-Западу на тај начин што је Грцима отела прошлост („западну“), поричући било какву везу између античких Грка и њихових балканских потомака.<sup>4</sup> За ово међутим, није било аргумената, а главни контрааргумент управо је континуитет грчког језика. Наравно, питање европског наслеђа грчке прошлости веома је сложено и тешко је свести одговор било на то да су једини прави наследници ове

<sup>1</sup> Dubravko Škiljan, *Znaki in antika* у: Pogled, podoba, pomen, ur. Svetlana Slapšak i Darija Štrebenec, Ljubljana 2000, 308.

<sup>2</sup> Јакоб Буркхарт, *Култура ренесансе у Италији*, Дерета, Београд 1991, 113. Упореди *Ang. politiani epistolae*, 1. IX и Јо. Pici *oratio de hominis dignitate*.

<sup>3</sup> Марија Тодорова, *Имагинарни Балкан*, XX век, Београд 1999, 139-140.

<sup>4</sup> “The past has been deployed by Europeans, and peoples of the Western world in general, to carve out opposing identities, to construct the West and the non-West, and to create a cultural ancestry.” Richard Hingley, *Images of Rome*, 8, у: *Images of Rome*, Journal of Roman Archeology, Rotmouth, Rhode Island 2001; Meskeil, L., *Archeology under fire: nationa-lism, politics and heritage in the Eastern Mediterranean and Middle East*, London 1999, 3.

културе савремени Грци (на шта се често позива данашња грчка десница), било пак да све европске културе полажу једнако право да себе називају њеним директним наследницима.<sup>5</sup> Одговор на ово деликатно питање могу дати искључиво истраживања античке прошлости и поређења са другим културама, уз настојања да се ова истраживања ослободе предрасуда о *класици* и *класичном*. Оно што мене занима у овом раду јесте начин на који је антика присутна у нашој свакодневици и са којом сврхом, као и у којој мери је ова антика дефинисана античком, али и новијом прошлошћу и идеологијом која ју је креирала.<sup>6</sup>

Вратимо се у садашњост и у контекст у коме се антика данас појављује. Осим учења латинског у гимназијама, које траје годину или две, и осим популарних књига грчких митова, углавном намењених деци, антику најчешће срећемо на улици – на рекламама и фирмама, тј. у називима различитих угоститељских или услужних објеката. Антички називи се често дају и различитим комадима намештаја, али и јелима, а тек понекад се срећу у сфери академске традиције и знања (као нпр. издавачка кућа *Клио*, која носи име музе историје). О чему се овде заправо ради? С обзиром на то да живимо у доба капитализма и тржишне економије, у коме роба, њена продаја и циркулисање обезбеђују стварање и кружење богатства,<sup>7</sup> антика данашњице најчешће се и уобичајено појављује управо у овом контексту. Међутим, не ради се о томе да се продаје античка роба, као што је то био случај у XIX веку, када је свака виђенија европска кућа имала понеку античку старину. Нарочито чувене биле су Танагрине, најчешће сићушне и елегантне женске фигуре у покрету, израђене од теракоте (како плешу, свирају неки инструмент и сл.), које су у огромној количини ископане у гробовима Танагре (Беотија), а њихово поседовање свакако је било знак престижа и луксуза, како европских музеја, тако и приватних колекција.<sup>8</sup> Ради се о томе да посезање за антиком – античким божанствима, њиховим стаништима, а каткада и историјским личностима, обезбеђује кредибилитет, поверење и гаранцију да се ради о врхунској понуди.

Тако, на пример, у Земуну, у близини шеталишта, постоји кафић, а у његовом суседству и перионица аутомобила, под именом *Нептун*, што је име старориталског божанства текућих вода, касније поистовећеног са грчким Посејдоном, господарем морског царства.

<sup>5</sup> Svetlana Slapšak, *Za antropologijo antičnih svetov*, Ljubljana 2000, 17-20.

<sup>6</sup> У уписивању сопствене прошлости у античку културу могуће је препознати „измишљање традиције“ путем успостављања вештачког континуитета, како је то дефинисао Хобсбом. Е. Хобсбом, *Измишљање традиције*, Београд 2002, 6.

<sup>7</sup> Џон Фиск, *Популарна култура*, Београд 2001, 19.

<sup>8</sup> Велика изложба „Танагра: мит и археологија“ била је одржана у Лувру, у јесен 2003. године.



Луксузнији и раскошнији угоститељски објект је сплав (клуб-ресторан) на Новом Београду, назван Бахус, који има и свој веб-сајт. *Бахус* или гости ресторана (није потпуно јасно) на сајту су приказани у маниру

барокних Рубensoвих дебељушкастих фигура, а на антику упућује једна амфора која украшава ову веб презентацију. Угоститељски објекти названи по грчким боговима честа су појава, посебно они под именом *Дионис* (кафић у Бачкој Паланци, ресторан у Врњачкој Бањи) и *Бахус* (што је заправо друго име за Диониса), који је био божански заштитник вина, али и мртвих, а у чију су част, и то управо о празницима мртвих, приређивани разуздани карневали. Осим ресторана и кафића, у Параћину се налази истоимено предузеће за производњу сокова.



Ова тема нас, постепено, упућује и на кулинарство,<sup>9</sup> на Цезар салату, истоимену пицерију у Новом Саду и Баделов вињак Цезар, чувен у бившој држави. Дакле, осим античких богова, неприкосновених и моћних заштитника, појављују се и историјске личности, додуше само оне на највишем трону. Још један римски цар често је присутан у виртуелном простору. Уколико пожелите да нарежете диск, довољно је да кликнете на иконицу која приказује римски Колосеум у пламену и отвара се *Нерон* (*Nero Burning Rom*). Духовита асоцијација за програм помоћу кога копирамо филмове и музику, с обзиром на чињеницу да се на енглеском диск (*CD Rom*) не нарезује него „пече, тј. пали и гори“ (eng. *burn*), чему је, у недостатку инспирације, уистину прибегао римски владар и умишљени уметник, Нерон, који је жељан инспирације запалио Рим (енгл. *Rome*).

Још један домен у коме се антички називи често срећу јесте спорт. То вероватно и није изненађујуће с обзиром на дугу традицију (и старовековног и нововековног) одржавања олимпијских игара, а све, наравно, под условом да

<sup>9</sup> Занимљиво је да читава лексичка породица везана за кухињу, кулинарство, куваре итд. заправо води порекло од латинске речи *culina*, што је био жртвеник на гробу на коме се остављала храна за мртве.

је до честог давања имена Олимп (Спортски центар Олимп на Звездари, кладионица под истим именом, цудо клуб [све у Београду]) дошло из незнања – тј. због претпоставке да су се олимпијске игре одржавале на овој планини, по називу, несумњиво, налик Олимпији на Пелопонезу.<sup>10</sup> Наравно, није искључена ни могућност правилног асоцијативног повезивања са Олимпом, и то из жеље за идентификацијом са олимписким боговима.

Осим богова и божанских станишта, грчка митологија обилује и другим необичним створењима која бораве у областима ненастањеним људима. У том смислу занимљива је лепокоса нимфа Калипсо, која је живела у предивним пећинама са чудесним врелима бистре воде на острву Огигији и волела Одисеја, који је након бродолома доспео у њен дом.<sup>11</sup> Према овој нимфи добио је назив ронилачки клуб на Ташмајдану.

У домену спорта, нарочито рекреације и неговања тела (мушког), појављује се још једно божанство – Аполон. Аполон је иначе грчко, касније и римско божанство са бројним и различитим функцијама. Исцелитељ и пророк, музичар и забављач, вођа хора муза, бог поморства и пастира; био је одговоран за иницијацију младића у свет одраслих мушкараца, борбен са непријатељима, суров према женама које су му одбиле љубав, између осталог – и љубавник многим мушкарцима. Иако се савремени идеал маскулинитета не поклапа потпуно са овом, такође патријархалном парадигмом, Аполон данас симболизује управо мушкост и мушку лепоту. На ово упућује израз „леп као Аполон“, али и чињеница да се веома често име овог бога користи за именовање простора у којима мушкарци негују своју лепоту, попут теретана (у Француској улици у Београду и у Нишу) и фризерских салона за мушкарце (на Врачару и у Сремској Митровици). Управо овај пример сведочи о томе да је савремено схватање антике много више последица идеја о овој епохи, него тога какве су уистину биле тадашње вредности. У вези са тим је и разлижење између античког грчког и савременог односа према лепоти и телу, које за нас представља природно дату физичку реалност. Дефиницију античког доживљаја лепоте тешко је дати кроз појмове којима, у вези са телом данас баратамо. Крајње поједностављено речено, ради се о лепоти која се, истина, доживљавала кроз спољашњост, али више кроз држање и поруку коју је оно одашиљало (неку врсту снаге и харизме), него кроз телесне карактеристике. Ова дискрепанција, као што је познато, не утиче на постојећи иминариј

<sup>10</sup> Олимпијске игре, попут других чувених игара, као што су питијске, истмијске игре и слично, заправо су организоване у оквиру свечаности култова хероја (Питона у Делфима, Пелопса или Еномаја у Олимпији, Палемона у Истмији). Ови култови су били тесно повезани са култовима мртвих, будући да су и сами хероји били смртници који су због својих заслуга (најчешће као родоначелници или оснивачи полиса) добили статус бесмртних богова. Сама пракса спортских надметања управо је и преузета из погребних ритуала, из тзв. агона, такмичења одржаваних на покојниковом гробу. Mark Golden, *Sports and Society in Ancient Greece*, Cambridge University Press, 1998, 91.

<sup>11</sup> Хомер, *Одисеја* V, 15 и даље.

античке корпореалности, који је у савремености дефинисан као идеал физичке лепоте и склада.<sup>12</sup>

Колико год то деловало парадоксално, у доба када су дијете и естетске интервенције на телу постале уобичајена појава, управо на идеји о физичкој лепоти као дару природе базира се читава модна индустрија. Сурови механизам моде, који функционише под кринком идеје да служи (пре свега) женама за улепшавање, непрекидно намеће нове задатке за постизање савршеног изгледа. Ова окрутна машинерија последњих година све чешће нарушава физичко и ментално здравље жена (болести попут анорексије и булимије у сталном су порасту), креирајући кроз моду женско тело као традиционални објекат (мушког) погледа.<sup>13</sup> Модни диктат намеће непрекидно нове захтеве који су дискриминативни према већини жена (било у вези са годинама, изгледом лица, појавом бора, бојом тена, гардеробом итд.).<sup>14</sup> Иако се стандарди непрекидно мењају и у стварности их је немогуће остварити, идеал савршене лепоте присутан је у свакодневици. Стога не изненађује идеја да модна кућа за женску конфекцију оваплоти својим називом идеал надљудске лепоте кроз име Афродите, најлепше међу грчким богињама.<sup>15</sup> У потпуно истом контексту и са идентичним значењем јавља се назив словеначког произвођача козметике *Афродита* из Рогашке Слатине. Међутим, то није и једина веза између ове козметичке куће и антике. Наиме, ради се управо о речи *козметика*, која је у европске језике стигла управо из старогрчког, а у вези је грчком именицом *космос*, која није само означавала

<sup>12</sup> О начину на који су антички Грци видели своје тело, види Жослин Пењи (Jocelyne Peigney), *On the Greek Vision of the Human Body*, у: *Greeks and Romans in the Modern World*, Boulder and New York 1998, 211-115. Ауторка се у овом тексту бави лексиком везаном за тело и кроз примере бројних, тешко преводивих појмова (тј. појмова са сличним, али за нас на необичан начин проширеним значењем) разоткрива однос према телу, који је потпуно другачији од нашег.

<sup>13</sup> Од краја деведесетих година XX века и мушкарци све више постају директна »мета« модне индустрије. Теоретичар Марк Симпсон (Mark Simpson) је 1994. године први пут употребио термин метросексуалац, како би дефинисао мушкарца који подлеже овом модном диктату. То је мушкарац који радо купује одећу и ужива у неговању свог тела, козметици и моди. Прототип метросексуалца је нпр. Дејвид Бекам. Па ипак, упркос овом великом заокрету, Ивана Кроња истиче како је мода и даље преокупирана питањима женскости. Ивана Кроња, *Мизогинија и модна индустрија*, у: *Мапирање мизогиније у Србији 2*, Београд 2005, (397-425), 398.

<sup>14</sup> Исто, 403. „Мисија наше компаније је да задовољи укус и жеље својих клијената и да им омогући да у очима других одишу стилем и елеганцијом.“ <http://www.amcafrodita.co.yu/home.html>

<sup>15</sup> Пун назив ове фирме је на енглеском и гласи *Afrodite Mode Collection*, иако је име саме богиње написано у српској транскрипцији. Исто име носи и словеначки произвођач козметике.

поредак, тј. ред у васиони, већ и сваку другу врсту довођења у ред, украшавања и улепшавања.<sup>16</sup>

Осим богиње лепоте, на нашем тржишту присутна је и једна грчка чаробница. *Кирка*, према предању, кћи Хелиоса и океаниде Персеје, била је настањена на острву Еји. Њен самотњачки живот прекинуо је Одисеј када јој је узвратио љубав и провео у њеном дому годину дана. Он је чак успео да је наговори да његовим пријатељима, које је уз помоћ трава претворила у свиње, врати људско обличје.<sup>17</sup> Кирка је, према најстаријем предању, живела на крајњем истоку, где станује зора и где се рађа Сунце. Осим повремених посета, једини сустанари на острву били су јој лавови и вукови, које је заправо сама Кирка од људи претворила у животиње. Неколико митолошких чињеница које сам управо навела упућују на то да је у грчкој митологији ова врста чаробњаштва повезана са опасношћу, маргиналношћу, тј. изолованостју (живот на острву), и са оностраним (не само што има чудотворне моћи, већ на Киркин савет Одисеј одлази и у Доњи свет). Насупрот томе, на симболичком плану савременог тржишта, тј. у називу корпорације из Београда, Кирка не функционише као опасна и неконтролисана, већ управо супротно – чудотворно помажући људима. Корпорација *Кирка* има два огранка: Кирка-Сури је фабрика котлова, и то за грејање и сагоревање природних материјала, попут сламе, пиљевине, љуски сунцокрета и коштица од воћа, док се Кирка-Фарма бави прерадом лековитог биља производећи чај „Кирколина“ (против менструалних тегоба), као и чај и капи за мршављење.<sup>18</sup> Као и на примеру Аполона, и у случају Кирке је очигледно да асоцијативни ниво преузимања симбола антике функционише крајње сведено. Одбацивањем комплексности значења задржава се само упрошћени асоцијативни слој (у овом случају, чаробњаштво + траве), у који се накнадна значења уписују према властитим потребама.

Најдаље у смислу асоцијативне дивергентности, тј. без икакве симболичке повезности, дат је назив текстилном предузећу и фабрици за производњу тепиха – по имену римске Дијане. Ова богиња лова, плодности и материнства напросто је преименована у богињу тепиха. Супротан овоме је пример грчке робне марке веша *Минерва*, са неколико продавница у Београду (на Бановом Брду и у Кнез Михаиловој улици). Наиме, ова римска богиња примљена из етруског пантеона, пре него што је поистовећена са грчком Атеном (а тиме и проглашена заштитницом мудрости), била је римско божанство свих ђака и занатлија, а пре свега ткача и обућара, али и скулптора, сликара, учитеља, песника, играча итд. Тако се сусрећемо са примером где

<sup>16</sup> Именица *kovsmo~* – „распоред, ред, налит и ред у васиони“, глагол *kosmevw* – „уредити, владати“ и партицип *kosmhtov~* – „лепо уређен“.

<sup>17</sup> Хомер, *Одисеја*, X, 187 и даље.

<sup>18</sup> <http://www.kirka.co.yu/kirkapharma/prva.htm>



античко божанство на симболичком нивоу подржава, пре свега произвођача и кредибилитет даје њему, а не самом производу.<sup>19</sup>

На овај концепт надовезују се називи две чувене словеначке продавнице присутне и на нашем тржишту. И док је Меркур био римски бог трговине, *меркатор* (mercator, oris m.) је именица која означава трговца.<sup>20</sup>

Самим тим што схватање антике подразумева идеал савршенства, маркетиншки ауторитет не мора се позивати искључиво на божанска бића. Стога се иста митологизирана порука може послати именицом или фразом на латинском или грчком језику: лекарска ординација *Медикус* („Medicus“) у Кнеза Милоша, ветеринарска амбуланта *Анима* („Anima“) у улици Ђуре Ђаковића, маркетиншка агенција *Апаратус Вентус* („Apparatus Ventus“), поликлинике *Алфа Медика* („Alfa Medica), *Етерна* („Eterna“), *Антимедика* („Antimeditica“) и *Југомедика* („Jugomeditica“), ординација *Вита Лонга* („Vita Longa“), болница *Ст Медика* („St Medica“) итд. Уочљиво је да се велики број назива на латинском односи на медицинске установе, што је у вези са чињеницом да латински језик у савременој медицини (па и фармацији, ботаници и зоологији) представља неку врсту универзалног језика за означавање свих делова тела, састојака лекова, као и за саме лекове.

## Мит о антици

Примери које сам навела наводе на закључак да се антика као „продавац и гарант квалитета“ често појављује на тржишту. Не ради се само о томе да се у ову сврху користе антички митови, већ се ради о моћи коју носи мит о самој антици – о њеном савршенству, складу, неприкосновености. Антика – то је прошлост, и то заједничка (европска). Ту се вредност универзализује и постаје апсолутна и неупитна, а самим тим што је значење окамењено и сведено на клише, лако се чува и једноставно рециклира. Какве везе то има са правом антиком? Углавном никакве. Неколико примера које сам навела (мит о Аполону, опозиција између античког и савременог схватања лепоте и сексуалности) упућује на закључак да се савремена перцепција антике заснива на ономе што су о њој рекле конзервативне западне елите минулих епоха, које су здушно пригрлиле ову културу, несвесне да грле културу која, на пример има веома слободан однос према људском телу, према стиђу или сексуалности.<sup>21</sup> Дакле, не само да је прошлост била

<sup>19</sup> Чак и у случају назива *Кирка*, где се прелама симболика чаробњаштва (уз помоћ трава добија се чудотворан производ), ипак је симболичко тежиште „чаролије“ на крајњем резултату (чај за мршављење или грејање уз помоћ сламе).

<sup>20</sup> Назив Меркур носи и скромна продавница ауто-делова у Вишњичкој Бањи.

<sup>21</sup> Реч је о томе да у старој Грчкој није постојала неодвојива веза између сексуалности и опскености, са једне стране, и било каквог схватања укаљаности, непристојности и греха, са друге стране. Идеја нечистоће у том контексту појављује се тек у римско доба, па чак и тада се о сексуалности могло говорити прикладно.

колонизована, већ је и измењена. Оно што је остало, у највећој мери је „етикета“, тј. идеја антике креирана за сопствене потребе Европе XIX века.

Конструисање античког идеала веома јасно одсликава и значење речи „класичн“. Према дефиницији датај у Речнику српскохрватског књижевног и народног језика САНУ (том IX, 1975), *класичан, чна, чно* значи – 1. а) онај који се односи на старе Грке и Римљане, на њихову уметност, културу, језик и др... б) који се односи на уметничка и научна општепризната остварења, дела, својствен таквим остварењима в) који се одликује правилношћу, устаљеном формом; савршен 2. трајно својствен некоме или нечему; типичан, прави; очигледан. Врло сличне дефиниције налазе се у речницима других европских језика. У речнику енглеског језика Меријам-Вебстерс (Merriam-Websters) стоји, поред осталог, да *classical* означава оно што је класично, стандардно (1), али и оно што је традиционално и ауторитативно (4).<sup>22</sup> Класично је, дакле, вечно, неупитно, непроменљиво. Управо оваква дефиниција даје много мање информација о античкој култури а заправо речито говори о идеологији посматрача, који је одабрао антику за своју духовну колевку, а тиме непосредно дефинисао и сопствену културу као „савршену, идеалну, праву“, упућујући на фантазију о европској духовној супериорности

У овом раду о антици и савремености, о „њима“ и „нама“, али и о онима који „фабрикују“ информације, знање и идеје,<sup>23</sup> никако нисам желела да порекнем и умањим вредност и значај античке културе, већ да укажем на фрагментарност антике у „антици“ савременог доба, као и на постојаност неких слика и идеја које истрајавају упоред својој неистинитости. Некритичко величање антике започето још у доба ренесансе, а нарочито „процветало“ у доба неокласицизма, оличено је у речима Јохана Винкелмана (Johana Winkelman), немачког историчара уметности и археолога из XVIII

<sup>22</sup> classical: 1 : standard, classic

2 a : of or relating to the ancient Greek and Roman world and especially to its literature, art, architecture, or ideals b : versed in the classics

3 a : of or relating to music of the late 18<sup>th</sup> and early 19<sup>th</sup> centuries characterized by an emphasis on balance, clarity, and moderation b : of, relating to, or being music in the educated European tradition that includes such forms as art song, chamber music, opera, and symphony as distinguished from folk or popular music or jazz

4 a : authoritative, traditional b(1) : of or relating to a form or system considered of first significance in earlier times <classical Mendelian genetics> (2) : not involving relativity, wave mechanics, or quantum theory <classical physics> c : conforming to a pattern of usage sanctioned by a body of literature rather than by everyday speech

5 : concerned with or giving instruction in the humanities, the fine arts, and the broad aspects of science <a classical curriculum>. Merriam-Websters Dictionary, Encyclopaedia Britannica 2004.

<sup>23</sup> „Fabrikacija“ је, као што znamo, производња..., али skrivena, будући да се raspršuje на prostorima које određuju и zauzimaju sustavi 'производње' (televizijske, urbanističke, trgovačke, itd.) и зато што све totalitarnije širenje тih sustava не ostavlja више 'potrošačima' mjesto на којemu би pribilježili што они čine с производима.“ Michel de Certeau, *Invencija Svakodnevice*, Naklada MD Zagreb 2003, 33.

века, који је античку уметност окарактерисао речима „узвишене једноставности и мирне величине“. Оваква идеологија „савршенства“ могла је бити веома претећа и опасна, као нпр. у рукама Хитлера или Мусолинија. И док је Мусолини успостављао везу са антиком кроз промовисање идеје историјског континуитета Италије и Римске империје, Хитлер се усредредио на успостављање античког идеала у домену архитектуре, физичке лепоте и античког склада. Наиме, филм *Олимпија*, који је снимила Лени Рифенштал (Leni Riefenstahl), почиње прологом у „античкој“ Грчкој, кадрирањем статуа које призивају идеал физичке лепоте. Монтажом, ове статуе оживљавају и, попут античких такмичара на олимпијским играма (багача дискова и копља), призивају асоцијацију са антиком.

Данас, у већем делу савременог света, слике антике припадају заједничкој културној ризници, површно познате, али самим тим потенцијално узбудљиве и ауторитарне, једноставне и сведене. Управо овакве, оне се појављују и у нашој култури, пре свега у сфери угоститељства, услужних делатности, спорта и трговине, као називи различитих објеката (ресторана, кафића, малих трговина и радионица), фирми или робних марки. Иако се најчешће ради о именима божанстава или знаменитих историјских личности, кредибилитет класичне старине је толико велик да је за успешан маркетиншки трик каткад довољно само превести реч на грчки или латински (попут чувеног *Трговца – Меркатора*). Управо зато што потичу из старине, антички мотиви поуздано и уверљиво обезбеђују гаранцију квалитета која се мери вековима (колико год то било неистинито) и која упућује потрошаче на закључак да ће коришћење робе под именом одређеног божанства и њих саме учинити налик боговима (тако модна конфекција *Афродита* претендује да учини богињом сваку жену коју одене, док шишање у фризерском салону *Аполон* треба од сваког мушкарца да створи Аполона), што несумњиво звучи атрактивно. Тако ова антика, премда заснована на парцијалном знању, а каткад и на неистинама, поново оживљава, и то на улицама и трговима, слободна и без стега, парадкосално – кроз стереотип о статичности, ауторитарности и неприкосновености, управо одговарајући захтевима садашњег тренутка, у коме бујају угоститељство, тржишна економија и маркетинг.

Lada Stevanović

## Antiquity Around Us

This paper is dealing with the inheritance of ancient antiquity and its presence in our everyday life. While in the period of classicism ancient myths and relics represented inexhaustible source of motives in the high arts, today the presence of antiquity is most often reduced to the recalling ancient “authorities”, on the occasions when it is necessary to give the name to some public facility or enterprise – publishing house, sport center, tourist agency, doctor’s office, or even some meal. Sometimes, the choice of the name might be thought out and justified, while its symbolic value offers the possibility of reading (*Clio*, the muse of history is taken for the title of the publishing house, but also the title of one Reno car; *Cesar* as the title of the salad point to the sophisticated taste that would please a tsar), while superficial meanings often lead to comic solutions (sport center Olymp is called, probably by mistake, according to the mountain Olympus, the residence of the Greek gods, while Olympic games were held in the city Olympia in Peloponnesus). Where is the authority of antiquity and why exactly this culture is “guarantee of quality”? The idea to map the presence of antiquity in everyday life is not only motivated by the idea to illustrate the presence of antiquity in the culture that surrounds us, but also to requestion the popular ideas about antiquity today as well as their motivation.

*Key words:*

antiquity, myth,  
authority, everyday life,  
construction of the past

CIP – Каталогизација у публикацији  
Народна библиотека Србије, Београд

001.32:[39:005.71(497.11)(082)  
39(082)

**СЛИКЕ културе некад и сад** / [уредник  
Зорица Дивац]. - Београд : Етнографски  
институт САНУ, 2008 (Београд : Академска  
издања). - 288 стр. : илустр. ; 24 см. -  
(Зборник / Српска академија наука и уметности,  
Етнографски институт, ISSN 0351-1499 ; 24)

На спор. насл. стр.: Images of Culture. -  
Радови на срп., енгл. и словен. језику. -  
Тираж 500. - Напомене и библиографске  
референце уз текст. - Библиографија уз  
поједине радове. - Summaries.

ISBN 978-86-7587-045-6

Српска академија наука и уметности  
(Београд). Етнографски институт - Зборници  
b) Етнологија - Зборници  
COBISS.SR-ID 149454860